ЧАСТНО-ПРАВОВЫЕ (ЦИВИЛИСТИЧЕСКИЕ) НАУКИ
PRIVATE LAW (CIVIL LAW) SCIENCES

УДК 346.1

Оригинальное теоретическое исследование

https://doi.org/10.23947/2949-1843-2024-2-3-54-60

EDN: UODLBH

Систематизация концептуальных подходов к формированию бизнес-этики в контексте правового регулирования предпринимательской деятельности

А.Б. Шумилина ✉, **Н.А. Анциферова**
Донской государственный технический университет, г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация
✉ nashum82@mail.ru

Аннотация
Введение. В процессе развития предпринимательства популяризация бизнес-этики приобретает особую значимость в качестве механизма гармонизации бизнеса, обеспечения правового равенства, здоровой конкуренции и честных отношений с потребителями. Однако противоречивость подходов к определению понятия «бизнес-этики» и множественность интерпретаций не позволяют активизировать глобальное распространение деловой культуры в контексте правового регулирования. В этой связи цель исследования – систематизация концептуальных подходов к обоснованию и формированию бизнес-этики в контексте правового регулирования предпринимательской деятельности.
Материалы и методы. Методологическая база исследования представлена как общенаучными, так и специальными методами. Методы анализа, сравнения и систематизации позволяют изучить составные элементы бизнес-этики с целью углубленного познания данного концепта. Сравнение различных интерпретаций обнаруживает точки соприкосновения междисциплинарных подходов к обоснованию данного понятия. Систематизация способствует организации правовых и морально-нравственных ценностей в единую иерархическую структуру, составляющую сущность бизнес-этики. Мировоззренческо-юридический метод раскрывает взаимосвязь философского подхода ценностных ориентиров предпринимательства с законодательными нормативами общества.
Результаты исследования. В процессе исследования была выявлена закономерность развития бизнес-этики в условиях глобального и национального благополучия. Иерархическая структура реализации деловой этики имеет нисходящий характер: международный уровень, макроуровень и микроуровень. Несмотря на влияние культурологических особенностей на развитие системы морально-нравственных ценностей, формирование бизнес-культуры должно реализовываться в совокупности с нормами права и потребностями общества, одновременно с установлением корпоративных границ и общих предпринимательских принципов. На корпоративном уровне интеграция бизнес-этики и стратегии предприятия выгодна для его имиджа и репутации, при этом эффективность заключается в продвижении социально-экономических, правовых и иных аспектов, способствующих созданию справедливого, устойчивого и сознательного бизнеса.
Обсуждение и заключение. Изучение концепта «бизнес-этики» имеет место в различных научных контекстах. При всех интерпретационных различиях единообразным является механизм формирования бизнес-этики в рамках предпринимательской деятельности, что включает в себя создание кодекса этики, обучение этическим принципам, систему поощрений, выстраивание превентивных и взыскательных методов. В различных контекстах данная система направлена на устранение незаконных форм конкуренции, обеспечение экономической, социальной и правовой безопасности, повышение уровня ответственности и создание эффективной системы деловых ценностей.

Ключевые слова: бизнес-этика, правовое регулирование предпринимательской деятельности, морально-нравственные принципы, этический кодекс, предпринимательское право

https://lawandorder-donstu.ru

© Шумилина А.Б., Анциферова Н.А., 2024

Благодарности. Авторы выражают благодарность рецензенту, чья критическая оценка материалов и предложения по их совершенствованию способствовали повышению качества статьи.

Для цитирования. Шумилина А.Б., Анциферова Н.А. Систематизация концептуальных подходов к формированию бизнес-этики в контексте правового регулирования предпринимательской деятельности. *Правовой порядок и правовые ценности.* 2024;2(3):54–60. https://doi.org/10.23947/2949-1843-2024-2-3-54-60

Original Theoretical Research

Systematisation of Conceptual Approaches to Formation of Business Ethics in the Context of Legal Regulation of Entrepreneurial Activity

Anastasia B. Shumilina ✉, **Natalia A. Antsiferova**

Don State Technical University, Rostov-on-Don, Russian Federation

✉ nashum82@mail.ru

Abstract

Introduction. In the frame of entrepreneurship development, promotion of business ethics becomes particularly important as a mechanism for business harmonization, ensuring legal equality, healthy competition and fair attitudes to consumers. However, the controversial approaches to defining the concept of "business ethics" and the multiple interpretations thereof prevent from boosting the global spread of business culture in the legal regulation framework. In this regard, the aim of the study is to systematise the conceptual approaches to substantiation and formation of business ethics in the context of legal regulation of entrepreneurial activity.

Materials and Methods. The methodological basis of the research includes the general and specific scientific methods. The methods of analysis, comparison and systematisation enable the study of the integral parts of business ethics to get deep understanding of this concept. By comparing different interpretations, the common grounds in the interdisciplinary approaches to substantiation of this concept are revealed. Systematisation fosters organisation of the legal and moral values into a single hierarchical structure that forms the essence of business ethics. The philosophical-juridical method reveals the interrelation of the philosophical approach contained in the entrepreneurial value reference points and the legislative norms of society.

Results. The research has revealed a pattern of business ethics development in the context of global and national well-being. The hierarchical structure of business ethics has a top-down nature: the international level, the macro level and the micro level. Despite the influence of cultural specifics on the development of the moral value system, the formation of business culture should go in correlation with the norms of law and the needs of society, along with establishment of the corporate boundaries and general entrepreneurial principles. At the corporate level, the integration of business ethics into the enterprise strategy is beneficial for its image and reputation, and the efficiency lies in promotion of the socio-economic, legal and other aspects fostering creation of fair, sustainable and conscious business.

Discussion and Conclusion. The concept of "business ethics" is studied in the various scientific contexts. Despite all differences in interpretation, the mechanism of forming the business ethics in the framework of entrepreneurial activity is uniform, it includes creation of the code of ethics, training in ethical principles, development of a system of incentives, elaboration of the methods of prevention and punishment. In various contexts, this mechanism is aimed at eliminating unlawful forms of competition, ensuring economic, social and legal security, increasing the level of responsibility and creating an efficient system of business values.

Keywords: business ethics, legal regulation of entrepreneurial activity, moral principles, code of ethics, entrepreneurial law

Acknowledgements. The authors express their gratitude to the peer-reviewer, whose critical assessment of the materials and suggestions on their improvement contributed to enhancement of the quality of the article.

For citation. Shumilina AB, Antsiferova NA. Systematisation of Conceptual Approaches to Formation of Business Ethics in the Context of Legal Regulation of Entrepreneurial Activity. *Legal Order and Legal Values*. 2024;2(3):54–60. https://doi.org/10.23947/2949-1843-2024-2-3-54-60

Введение. Процесс регулирования деловых отношений в качестве основополагающих элементов включает предпринимательское право и бизнес-этику. Законодательные и нормативные требования к выстраиванию предпринимательской деятельности определяют порядок делового оборота, принципы бизнеса, обязанности участвующих сторон, в то время как бизнес-этика формирует моральные принципы, регулирующие деловое поведение и взаимоотношения предпринимателей и участвующих сторон. Правовое регулирование в данном случае направлено на поддержание бизнеса и защиту потребителей, что в совокупности с этическими нормами

гарантирует честную работу предприятия, справедливую конкуренцию и соблюдение социальной ответственности.

Возрастающее внимание к вопросам пропаганды бизнес-этики на территории России обусловлено значимостью данного концепта в процессе развития экономических, социальных и правовых систем, в выстраивании которых особое значение приобретает культура деловых отношений субъектов предпринимательской деятельности [1]. Однако популяризация бизнес-культуры влечет за собой глобальную трансформацию принципов и форм предпринимательства, направленную в сторону правового равенства, свободной конкуренции, устранения коррупции, социально-экономической стабильности и поддержки.

Главной проблемой в данном случае является интерпретационная противоречивость в толковании понятия «бизнес-этика» и подходах к ее формированию. Многочисленные исследования преследуют разные цели, освещая вопросы становления и распространения деловой культуры: О. Цибулевская и Т. Касаева рассматривают бизнес-этику как инструмент развития правовой культуры [2]. А.В. Волков, Ю.А. Левин и Г.Ю. Фомина изучают этику предпринимательства как механизм формирования экологического сознания и социально-экономический базис процесса экологизации хозяйствующих структур [3]. В.А. Потапчук освещает вопросы деловой культуры в контексте внедрения корпоративной коммуникативистики в бизнес-стратегии современных предприятий [4]. Е.С. Баранова определяет взаимосвязь использования бизнес-этики с эффективностью реализации стратегии устойчивого развития в системе институционального управления [5].

Таким образом, понятие бизнес-этики остается не полностью изученным в силу своей собирательности и комплексности. В связи с чем целью данного исследования является систематизация концептуальных подходов к обоснованию и формированию бизнес-этики в контексте правового регулирования предпринимательской деятельности.

«Сложность введения в правовое поле данного понятия объясняется целым рядом объективных причин: длительным процессом легитимации бизнеса в его историческом становлении и развитии в России; отличными от других стран культурными традициями России; непопулярностью за долгий период времени разработки внутренних этических норм коммерческими организациями» [1, с. 480].

Важным элементом в процессе изучения бизнес-этики является учет национальных социокультурных особенностей ведения предпринимательства, в системе которых учитываются различия в этических кодексах, ценностных ориентирах общества, этапах исторического развития экономики и права и многие другие факторы, негласно диктуемые бизнес-сообществом [6].

Материалы и методы. Формирование методологической базы исследования проводилось посредством аналитического и системообразующего методов. Изучение составных элементов и подструктур бизнес-этики предоставило возможность углубленного познания данного понятия, рассматриваемого с точки зрения различных научных концепций. Сравнение противоречивых интерпретаций позволило обнаружить точки соприкосновения междисциплинарных подходов к обоснованию концепта бизнес-этики и помогло выстроить причинно-следственные связи между экономическими, правовыми и социально-культурными аспектами предпринимательской деятельности.

Систематизация, как основной метод исследования, способствовала организации корпоративных норм (идеологических, материальных, правовых, неформализованных и т.д.) и морально-нравственных ценностей в единую иерархическую структуру с целью оптимизации деловой активности, устранения разногласий и укрепления бизнес-связей. Освещение данного концепта в контексте предпринимательского права стало возможным благодаря мировоззренческо-юридическому методу, посредством которого раскрывалась взаимосвязь философской интерпретации этического познания системы ценностных ориентиров при ведении бизнеса, понимания данного процесса в правовом поле и его практической реализации в условиях нормативного упорядочивания и регулирования.

Результаты исследования. В условиях стремительного развития экономики за последние годы стало очевидно, что без должного учета этических принципов невозможно реализовать продуктивную трансформацию предпринимательства. Моральные факторы являются причинами правовой, экологической, экономической и социальной рецессии, что обусловливается проблемами занятости и безработицы, разделением труда, неудовлетворенностью заработной платой, имущественными вопросами, распределением бюджета, профессиональными квалификациями специалистов, недопониманиями в отношениях между предпринимателем и потребителем и т.д. [7].

Несмотря на разноречивость интерпретаций в контексте вариативных научных направлений, общность в понимании концепта бизнес-этики выражается в достижение экономической эффективности посредством двух подходов:

– этические принципы и нормы в профессиональной среде (торговля, медицина, сервис и т.д.), регулируемые государством,

– совокупность правил, применяемых в сфере бизнеса на основе корпоративных и общественных морально-нравственных ценностях [8].

https://lawandorder-donstu.ru

Еще одной специфической чертой формирования бизнес-этики является национальная или региональная аутентичность, что объясняет отличия этических принципов в зависимости от территориальной культуры. Моральные нормы ведения бизнеса в ряде западных государств основываются на индивидуалистическом рационализме, в системе которого личностные интересы, свобода и выгода являются предпочтительными. На законодательном уровне первостепенным принципом является прозрачность предпринимательской деятельности, достоверность информации, честность в выполнении договорных и налоговых обязательств. В странах Азии значительная роль отводится межличностным отношениям и выстраиванию доверительного контакта с партнерами. Историческая обусловленность философии и культуры группового коллективизма формирует терпеливые взаимоотношения, избегание и сглаживание конфликтов, сдержанность и готовность к компромиссам.

В России бизнес-этика представляет собой сложный феномен деловой культуры, сочетаемой с вопросами морали и нравственности, справедливости, долга, личностного и общественного развития, гуманизма, поддержания прав и свобод, ответственности, совести и уважения, а также национальных социокультурных ценностей. Однако в силу сложившихся поведенческих установок и ментальных стереотипов, «ориентированных на получение прибыли любой ценой» [9, с. 37], невозможно представить деловую этику в отрыве от институционального регулирования.

В контексте предпринимательского права бизнес-культура выражается не только в соблюдении моральных принципов, но и в нормативной регламентации предпринимательской деятельности.

Законодательные гарантии обеспечивают честную и этичную работу организаций и прозрачность в процессе предоставления товаров и услуг потребителям. В числе наиболее значимых нормативных правовых актов о бизнесе отмечается:

1. Договорное право, регулирующее формирование и исполнение контрактов;
2. Трудовое законодательство, регламентирующее нормы трудового права;
3. Антимонопольное законодательство, запрещающее предприятиям участвовать в антиконкурентной практике;
4. Закон о защите потребителей, гарантирующий безопасность и качество предпринимательской деятельности по отношению к потребителям [10].

В совокупности бизнес-этика и нормы предпринимательского права первостепенны для создания честного и справедливого рынка. Реализуя этические принципы, предприятия могут укреплять доверительные отношения с потребителями и заинтересованными сторонами, обеспечивая долгосрочную эффективность своей деятельности.

В процессе формирования бизнес-этики в условиях правового регулирования предпринимательства важно определить иерархию и организационную структуру деловых отношений. Как отмечают современные исследователи, существует три структурных уровня: глобальный, макроуровень и микроуровень [8]. На мировом (глобальном) уровне бизнес-этика направлена на реализацию гипернорм международного и общественного благополучия «посредством сокращения безработицы, улучшения социальных условий, модернизации производства, поддержания экологии, обеспечения справедливой конкуренции, глобальной интеграции бизнеса и т.д.» [8, с. 107]. В качестве морально-нравственных ориентиров на международном уровне поддерживается культурно-этническое разнообразие и развитие национальных этических кодексов, воздействующих на деловые принципы.

«Макроуровень деловой этики принято рассматривать в масштабах национальной экономики или отдельной отрасли. Данный уровень интегрирует такие понятия, как уважение частной собственности и принципов рыночной конкуренции, информационная прозрачность и равнодоступность для всех участников рынка, отсутствие какой-либо дискриминации на рынке труда» [8, с. 108].

На микроуровне бизнес-этика затрагивает отдельные предприятия и их внутренние структуры. Это выстраивание доверительных отношений между сотрудниками и руководством, налаживание контактов с клиентами, умение справляться с конфликтными ситуациями, разработка коммуникативных стратегий и мотивационных механизмов, которые помогают создать благоприятный климат внутри предприятия.

Эффективность имплементации бизнес-этики в процесс реализации предпринимательской деятельности может быть достигнута при условии совокупных усилий на всех уровнях. Отсутствие государственных и общественных предпосылок будет препятствовать развитию экономической системы и внутренним этическим закономерностям. В коллективном и индивидуальном подходах необходимо соизмерять собственные моральные устремления с вышестоящими государственными и международными законами при условии максимальной личностной ответственности и осознанности. Другими словами, система этических принципов должна реализовываться в совокупности с нормами права, одновременно с установлением корпоративных границ и общих предпринимательских принципов, что даст возможность утвердить концепт «моральной экономики» [11, с. 5].

С учетом специфики бизнеса и рынка систематизация деловой культуры на уровне отдельных предприятий может требовать применения различных механизмов реализации. В наиболее общем виде имплементация корпоративной этики основывается на следующих подходах:

1. Создание этического кодекса: кодекс этики может помочь предприятиям формализовать свои этические принципы и дать рекомендации сотрудникам. «Говоря об основных этапах разработки и внедрения этических кодексов в корпорациях, следует выделить следующие основные шаги: диагностика; формулирование целей программы создания; разработка концепции; обсуждение и корректировка; внедрение» [12, с. 353].

2. Обучение сотрудников: сотрудники должны быть обучены кодексу этики данного предприятия и важности соблюдения бизнес-законов. Сюда входит разработка определенных моделей поведения, рассматриваемых в качестве эталонных, принципов решения внутренних конфликтов и обнаружения компромиссов.

3. Разработка системы отчетности и отслеживания девиантного поведении: сотрудники должны иметь возможность сообщать о ситуациях, нарушающих этические принципы организации, не опасаясь возмездия [10].

4. Разработка системы наказаний. Обвинения в неэтичном поведении должны быть оперативно и тщательно расследованы, в случае несоблюдения кодекса к нарушителю применяются взыскательные меры, соответствующие уровню нарушения.

Как показывают многочисленные исследования, интеграция бизнес-этики в стратегию компании выгодна для ее имиджа и репутации. Эффективность подобного перехода заключается в продвижении экономических, правовых, социальных и экологических аспектов, способствующих созданию справедливой, устойчивой и сознательной реальности [13]. При этом систематизация бизнес-этики имеет значительный потенциал для решения возникающих практических вопросов регулирования и управления в сфере предпринимательства [14]. Этические компетенции порождают понимание личностных и коллективных морально-нравственных ориентиров, формирующих эффективные внутренние и внешние отношения.

Обсуждение и заключение. Результаты исследования позволяют сделать вывод о взаимосвязи этических ценностей отдельных лиц, рабочих групп и предприятий с ценностями более широкого общества, в котором они существуют (региона, страны, международного сообщества). Достижение и поддержание консенсуса между этичными и правовыми нормами приводит к необходимости распространения бизнес-этики в виде этических кодексов, мер просвещения, их обсуждения и стимулирования.

Сущность понятия «бизнес-этики» заключается в выражении основных ценностей общества и корпоративных целей, что подразумевает формулирования свода правил. Установление нормативного регламента с позиции справедливости и прозрачности будет означать предоставление предприятиям управленческих и регулятивных свобод, поддержку открытых и предсказуемых бизнес-процессов, создание возможностей для консультаций с общественностью, анализа и обсуждения до принятия значимых предпринимательских решений [15].

Как было отмечено выше, рассмотрение концепта «бизнес-этики» имеет место в различных научных контекстах: экономика, социология, право, культурология, экология и т.д. При всех концептуальных различиях и противоречиях единообразным является механизм распространения бизнес-этики:

– создание этического кодекса,
– обучение этическим принципам,
– поддержка и поощрение этичного поведения,
– выстраивание превентивных и карательных мер в случае нарушений.

Данная система при любом подходе нацелена на устранение незаконных форм конкуренции, обеспечение экономической, социальной и правовой безопасности, повышение уровня корпоративной ответственности, борьбу с коррупцией и т.д. [1].

Учитывая приведенный выше анализ, можно предложить ряд практических шагов для того, чтобы деловая этика и культура была основополагающим элементом в бизнесе и нормативной практике:

1. Принятие бизнес-этики должно быть добровольным устремлением организации и ее сотрудников, что подкрепляется на уровне глобального распространения деловой культуры.

2. Регулятивные и правоприменительные органы должны отслеживать действия предприятий, противоречащие законам этики на законодательном уровне и поощрять этичное поведение, отдавая предпочтения последнему в своих отношениях и взаимодействиях.

3. Корпоративное управление должно основываться на своде правил этики, предпринятые меры по стимулированию и содействию благоприятным отношениям и коммуникациям.

4. На макроуровне государственные институты должны способствовать более широкому и глубокому распространению бизнес-культуры в социуме, деловом сообществе и на экономических рынках.

Таким образом, формирование бизнес-культуры на всех уровнях предпринимательской деятельности означает создание эффективной системы ценностей в сфере бизнеса, общественного развития и правового регулирования.

Список литературы / References

1. Тогузаева Е.Н. Пропаганда бизнес-этики в России: правовые основы. *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право.* 2023;23(4):478–483. https://doi.org/10.18500/1994-2540-2023-23-4-478-483

Toguzaeva EN. Promoting Business Ethics in Russia: Legal Framework. *Izvestiya of Saratov University. Economics. Management. Law*. 2023;23(4):478–483. https://doi.org/10.18500/1994-2540-2023-23-4-478-483 (In Russ.)

2. Tsybulevskaya O, Kasaeva T. Professional Ethics Standards in The Russian Legal Field. *Law and Modern States.* 2013;(3):32–39.

3. Волков А.В., Левин Ю.А., Фомина Г.Ю. Этика предпринимательства: социально-экономический базис экологизации сельского хозяйства. *International Agricultural Journal.* 2021;64(2):11. https://doi.org/10.24412/2588-0209-2021-10314

Volkov AV, Levin YuA, Fomina GYu. Business Ethics: Socio-Economic Basis for the Greening of Agriculture. *International Agricultural Journal*. 2021;64(2):11. https://doi.org/10.24412/2588-0209-2021-10314 (In Russ.)

4. Потапчук В.А. Модель корпоративной коммуникации в XXI веке. *Коммуникология*. 2016;4(5):152–175.

Potapchuk VA. Corporate Communication Model in the XXI Century. *Communicology*. 2016;4(5):152–175. (In Russ.)

5. Баранова Е.С. Этика бизнеса как институциональный фактор устойчивого развития. *Теневая экономика*. 2018;2(1):29–34. https://doi.org/10.18334/tek.2.1.40566

Baranova ES. Business Ethics as an Institutional Factor of Sustainable Development. *Shadow Economy*. 2018;2(1):29–34. https://doi.org/10.18334/tek.2.1.40566 (In Russ.)

6. Черепанова Н.В. Российская этика бизнеса в контексте национальных особенностей. *Вестник науки Сибири*. 2013;(1(7)):163–167.

Cherepanova NV. Russian Business Ethics in the Context of National Characteristics. *Vestnik nauki Sibiri (Bulletin of Science of Siberia)*. 2013;(1(7)):163–167. (In Russ.)

7. Strautmanis J, Vidnere M. Assesing Business Ethics in Context of Corporate Social Responsibility. *Signum Temporis (Journal of Pedagogy and Psychology).* 2009;2(1):93–98. https://doi.org/10.2478/v10195-011-0023-8 https://doi.org/10.2478/v10195-011-0023-8

8. Смирнова И.Л., Соловьева М.В. Бизнес-этика как приоритетный вектор современного развития организаций. *Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева.* 2021;2(1(47)):105–111. https://doi.org/10.51965/2076-7919_2021_2_1_105

Smirnova IL, Solovieva MV. Business Ethics as a Priority Vector of Modern Development of Organizations. *Vestnik volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishcheva (Bulletin of the Volga University named after V.N. Tatishchev).* 2021;2(1(47)):105–111. https://doi.org/10.51965/2076-7919_2021_2_1_105 (In Russ.)

9. Гордова Э.Е. Этическая направленность и ценностные установки в предпринимательской деятельности. *Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л.Н. Толстого*. 2014;(2(10)):31–40.

Gordova EE. Ethical Orientation and Valuable Installations in Enterprise Activity. *Gumanitarnye vedomosti TGPU im. L.N. Tolstogo (Humanitarian Bulletin of TSPU Named after L.N. Tolstoy)*. 2014;(2(10)):31–40. (In Russ.)

10. Hooda V, Maan K. Business Laws and Ethics. *The Science World.* 2023;3(07):1608–1609. https://doi.org/10.5281/zenodo.8187505

11. Ukah A. Moral Economy: The Afterlife of a Nebulous Concept. *Journal for the Study of Religion.* 2023;35(1):1–15. https://doi.org/10.17159/2413-3027/2022/v35n2aintro

12. Kasatkina AS, Ulugnazarov AA. The Main Mechanisms for the Implementation of Codes of Corporate Ethics in the Activities of Multinational Corporations. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Yuridicheskie nauki (RUDN Journal of Law).* 2024;28(2):345–359. https://doi.org/10.22363/2313-2337-2024-28-2-345-359

13. Kobiyh M, El Amri A, Eddine AS, Oulfarsi S. Literature Review and Theoretical Generalizations of the Ethics Role in Business and Management: Family Business as a Case Study. *Business Ethics and Leadership.* 2024;8(1):93–106. https://doi.org/10.61093/bel.8(1).93-106.2024

14. Rueda J. The Ethics of Doing Human Enhancement Ethics. *Futures*. 2023;153:103236. https://doi.org/10.1016/j.futures.2023.103236

15. Hodges Ch. *Ethics in Business Practice and Regulation. Better Regulation Delivery Office*. URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5a7f3f18e5274a2e87db4afc/Prof_Christopher_Hodges_-_Ethics_for_regulators.pdf (accessed: 12.08.2024).

Об авторах:

Анастасия Борисовна Шумилина, кандидат юридических наук, доцент кафедры «Коммерческое и предпринимательское право» Донского государственного технического университета (344003, Российская Федерация, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1), SPIN-код, ResearcherID, ORCID, nashum82@mail.ru

Наталья Александровна Анциферова, кандидат юридических наук, доцент кафедры «Коммерческое и предпринимательское право» Донского государственного технического университета (344003, Российская Федерация, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1), SPIN-код, ResearcherID, ORCID, ScopusID, nata-rui@mail.ru

Заявленный вклад соавторов:

А.Б. Шумилина: формирование основной концепции, цели и задач исследования, подготовка текста, формирование выводов.

А.Н. Анциферова: анализ результатов исследований, доработка текста, корректировка выводов.

Конфликт интересов: **авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.**

Все авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

About the Authors:

Anastasia B. Shumilina, Cand.Sci (Law), Associate Professor of the Commercial and Entrepreneurial Law Department, Don State Technical University (1, Gagarin Sq., Rostov-on-Don, 344003, Russian Federation), SPIN-code, ResearcherID, ORCID, nashum82@mail.ru

Natalia A. Antsiferova, Cand.Sci (Law), Associate Professor of the Commercial and Entrepreneurial Law Department, Don State Technical University (1, Gagarin Sq., Rostov-on-Don, 344003, Russian Federation), SPIN-code, ResearcherID, ORCID, ScopusID, nata-rui@mail.ru

Claimed Contributorship:

AB Shumilina: formulating the main concept, aim and objectives of the research, preparing the text, formulating the conclusions.

NA Antsiferova: analysis of the research results, refining the text, correcting the conclusions.

Conflict of Interest Statement: **the authors declare no conflict of interest.**

All authors have read and approved the final manuscript.

Поступила в редакцию / Received 26.06.2024
Поступила после рецензирования / Revised 29.07.2024
Принята к публикации / Accepted 01.08.2024